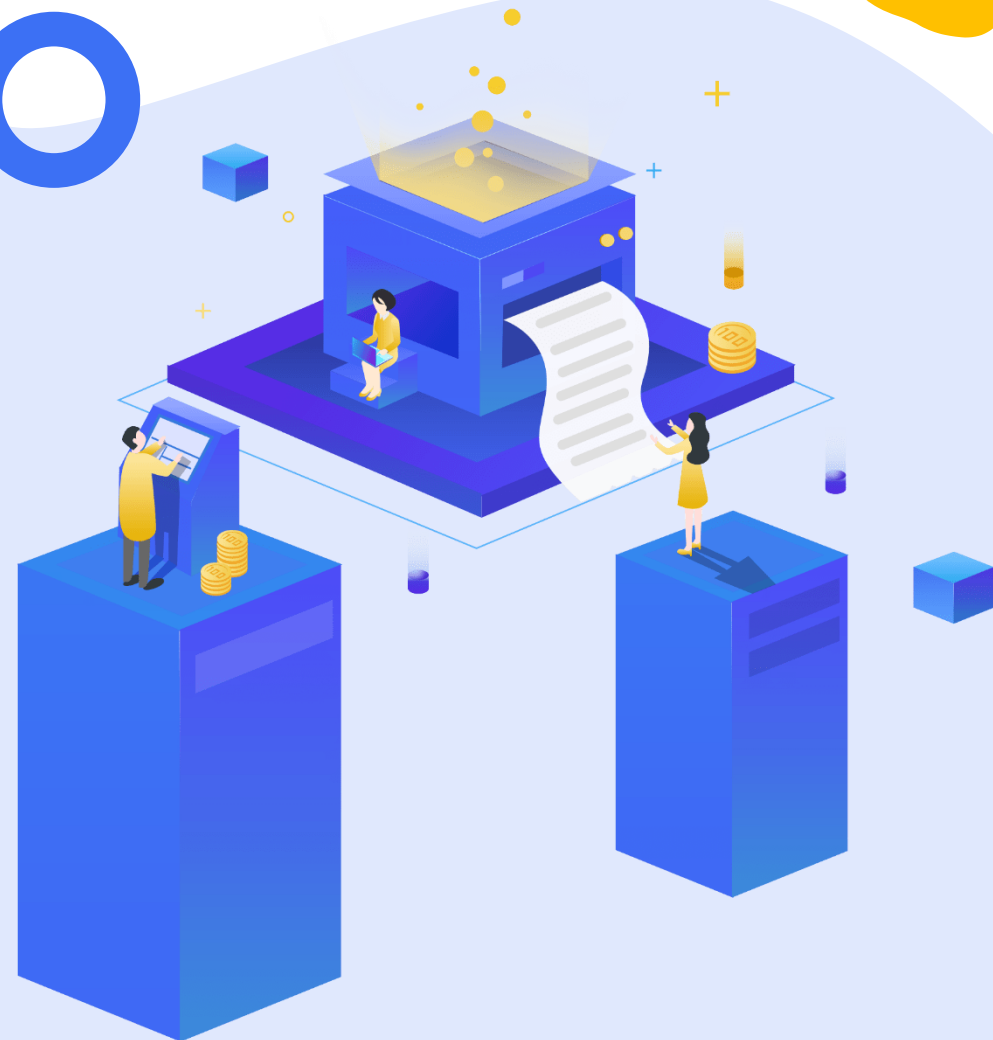


2023数字人直播 应用发展报告

发布时间：2023年9月



一知智能^[AI]

eb^{run} 亿邦智库

01

数字人打开直播新玩法

数字人是指以数字形式存在于数字空间中的虚拟人物。随着数字人技术的不断升级和产品的不断演进，应用场景持续拓展，其中，服务型数字人已广泛应用于多种直播场景，它能在一定程度上解决商家直播成本、运营与技术痛点，助力商家直播重心向货品转移。

技术进步驱动产品迭代，数字人产品应用场景不断拓展

数字人，又被称为虚拟形象、数字虚拟人或虚拟数字人，是以数字形式存在于数字空间中的虚拟人物。随着CG技术、动捕技术以及语音合成技术的不断进步，以及人工智能训练数据量、算法和计算能力的持续提升，数字人的迭代更新速度大幅加快。根据不同的数字人应用场景，目前主要分为服务型数字人和展示型数字人两大类产品。

1.0 虚拟形象



基于CG技术、动作捕捉技术、语音合成技术发展，形成虚拟形象

以影视特形人物、3D动画人物为主

应用于影视、文化娱乐等场景

2.0 虚拟明星



基于动作捕捉技术、语音合成技术，超写实数字人出现

以超写实数字虚拟偶像/代言人为主

应用于产品代言、文化娱乐场景

3.0 数字员工



基于TTS+TTSA、ASR、NLP、交互智能等人工智能技术形成虚拟人物形象

超写实虚拟人物、虚拟主播、虚拟客服等产品为主

应用于直播、品牌营销、文化娱乐、教育教学等场景

服务型数字人

虚拟主持人	虚拟客服	虚拟主播
高度拟人化肢体与语言协调	高度拟人化语言流畅、交互顺畅	高度拟人化肢体与语言协调
文化娱乐	企业官网APP 实体门店	直播电商
替代真人完成主持工作	替代真人提供客服服务 减少人力	替代真人承担介绍、直播带货主播角色

服务型数字人拥有高度拟人的外貌，常被用于替代客服、主持人及主播等角色，为消费者提供咨询、解答等服务

人格型数字人

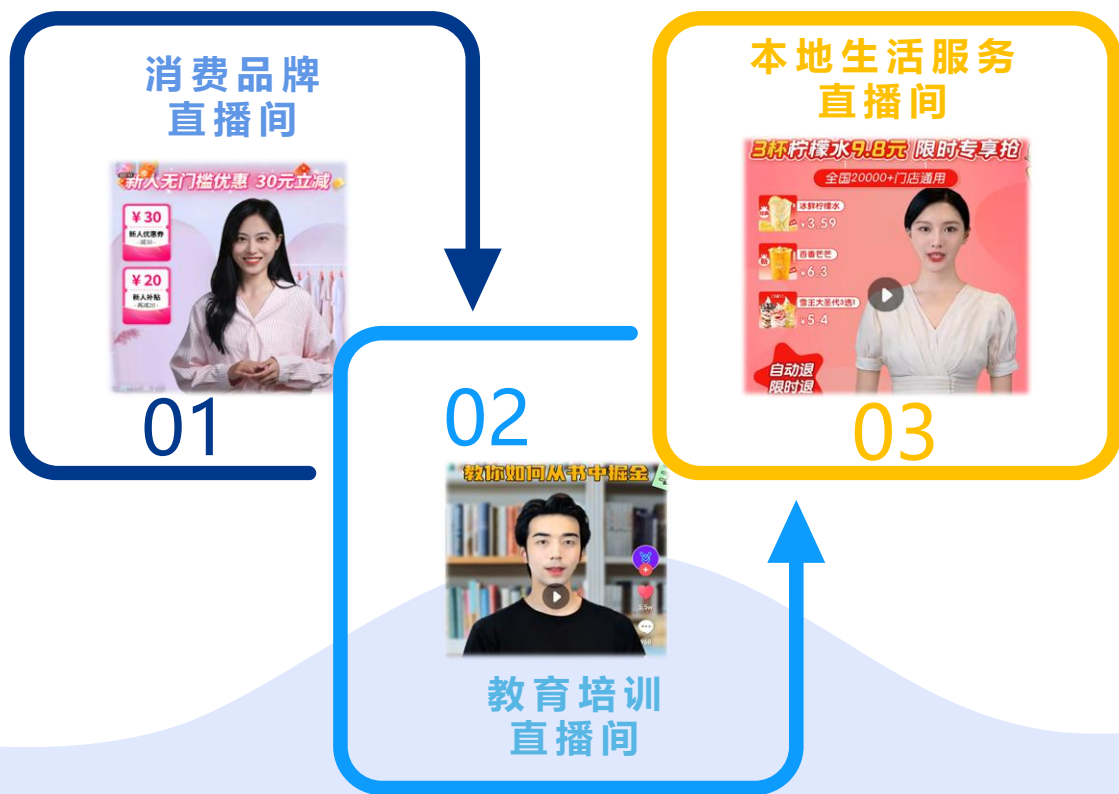
虚拟偶像	虚拟明星	虚拟代言人
形象特点鲜明 故事化人格设定	超写实且非交互形象特征鲜明	形象多样化 高度符合品牌格调
文化娱乐	文化娱乐品牌营销	品牌营销
粉丝吸引 形成粉丝价值	明星养成 粉丝吸引 粉丝经济	塑造品牌形象 吸引消费者

人格型数字人通常应用于文化娱乐和品牌营销等领域。这类数字人以特定角色的外貌和外观为基础，以独特的个性特征为特点，通过激发受众情感共鸣持续吸引粉丝，创造粉丝价值

服务型数字人应用于多种直播场景，用户关注度提升

服务型数字人主要包括虚拟主播及虚拟主持人等，该类数字人主要应用于消费品牌直播间、本地生活服务直播间、知识付费直播间甚至是工厂直播间等场景中，承担产品介绍和品牌推广等工作。随着市场对数字人的关注度提升，消费者对直播带货类数字人的喜好程度也在增加，相关数据显示，目前已有51.8%的观众喜爱直播带货类数字人。

01 直播数字人应用于多种直播间场景，为直播间带来全新体验

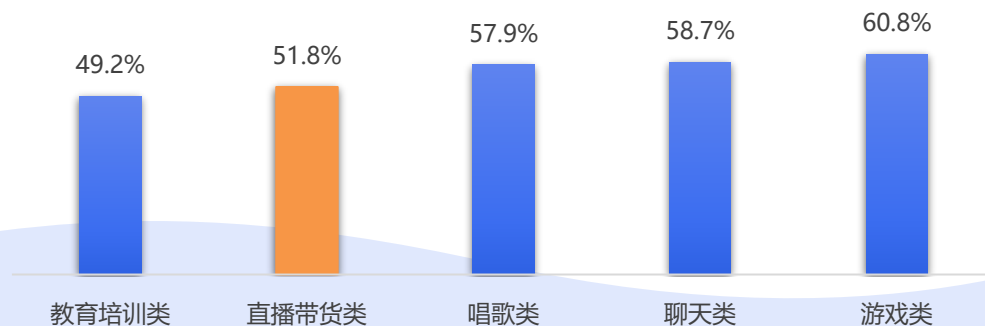


02 中国网民对数字人的关注度提升，对虚拟主播有较高喜爱度

2021-2022中国网民对虚拟人的了解和关注程度



2023受观众喜爱的虚拟主播类型



数字人直播优势凸显，助力商家重心转向货品运营

数字人直播具有冷启动成本低、经济高效运营、无需主播培训、无需技术知识且随时可用等多重优势，能够有效解决商家在直播领域面临的成本、运营和技术挑战，有助于商家将直播经营重点从强营销向好货品转变。



数字人直播助力商家重心转向货品运营

主播价格增加，运营成本增长

主播价格水涨船高，直播运营成本升高

达播“人带货”

达播以主播为中心，主播能力决定直播间效果

数字人直播降低对主播的依赖

数字人直播辅助真人，降低直播运营对主播的依赖程度

直播重心转向货品

直播以货品为核心，对高质量产品的详尽介绍决定直播间的效果

数字人直播目前可分为全无人直播和半无人直播两种模式

全无人直播



无人参与
成本更低

数字人解说视频背景和图片内产品

半无人直播



助播参与
效果更好

数字人解说，真人助播辅助展示

全无人直播和半无人直播对比

全无人直播

半无人直播

产品解说

数字人主播

数字人主播

产品展示

由合成视频背景和图片进行展示

真人助播展示产品

直播节奏

数字人根据预设脚本进行直播

真人助播可根据实际情况调整
数字人直播节奏

弹幕互动

人工智能标准化回复，准确性强

真人助播回复，互动性较强

应用场景

标品销售/闲时直播

广泛适用